

TDB REPORT 92 号

— 特集 伸びる老舗、変わる老舗 —

帝国データバンクでは、幾多の困難を乗り越えて現在も続く老舗企業にスポットをあてた特集「伸びる老舗、変わる老舗」をリリースした。また、併せて老舗企業に対してアンケートも実施し、老舗の強みをあらゆる角度から分析している。

■企業全体の約 1.6%が 100 年以上の歴史を持つ

「老舗企業」に関する明確な定義はないが、ここでは「創業または設立 100 年以上の営利法人」を老舗の定義とする。

帝国データバンクの企業概要データベース「COSMOS 2」収録の約 124 万社のうち、非営利法人などを除いた 118 万 5,905 社のなかから「創業または設立 100 年以上の企業」を抽出すると、1 万 9,273 社になる。つまり、**企業全体の約 1.6%が 100 年以上の歴史を持っている**ことになる。

また、創業 200 年以上の企業は 893 社、300 年以上は 391 社となる。創業が古いと伝承されているものの、正確な創業時期がわからない企業も含めると、この数はさらに増加する。

これほど老舗が多い国は、ほかに例を見ない。日本では、多くの企業で創業者一族が長く経営に携わっている。昨今はオーナーの専制体質や閉鎖性などの弊害による不祥事もいくつか問題になっているが、連綿と伝承される技術や求心力の強さが、多くの「老舗企業」が歴史を刻む原動力になっているといえるだろう。

表 1 は、業歴 800 年以上の主な企業である。日本の老舗のなかで、業歴 800 年を超えるような企業には、神社・寺院の建造を手がける宮大工と仏具関連の企業、そして、温泉を主体とするホテル・旅館が多い。ホテル・旅館が上位 10 社中 6 社を占める理由には、温泉がその効能から医療の一環として利用されてきたことと、自然に湧き出てくる温泉によって、継続的に利用が見込める装置産業であることが大きいと考えられる。

表 1 : 業歴 800 年以上の主な老舗

企業名	所在地	創業年	概要
金剛組	大阪市天王寺区	578年(敏達天皇6年)	聖徳太子に百済から招かれた宮大工が四天王寺を建立して以来、寺院建築に携わる。
西山温泉慶雲館	山梨県早川町	705年(慶雲2年)	山梨県・西山温泉で温泉旅館「慶雲館」を経営。戦国時代の「徳川家康の隠し湯」といわれる。
古まん	兵庫県豊岡市	717年(養老元年)	兵庫県・城崎温泉で温泉旅館「千年の湯 古まん」を経営。開湯とともに湯治場として創業。
善吾楼	石川県小松市	718年(養老2年)	石川県・粟津温泉で温泉旅館「法師」を経営。開湯とともに湯治場として創業。
田中伊雅	京都市下京区	889年(寛平元年)	家庭用仏壇のほか、主に真言宗の寺院向け仏像・仏具の製造販売を行う。
須藤本家	茨城県笠間市	1141年(永治元年)	現在では日本で最も古い酒蔵で、「郷の誉」ブランドなどを醸造している。
通圓	京都府宇治市	1160年(永暦元年)	日本茶の製造販売を行う。初代は現在も本店がある宇治橋のたもとで茶を供したといわれる。
ホテル佐勘	仙台市太白区	1184年(寿永3年)	仙台市・秋保温泉で「ホテル佐勘」を経営。伊達家の湯浴み御殿として栄える。
御所坊	神戸市北区	1191年(建久2年)	神戸市・有馬温泉で「陶泉 御所坊」を経営。現社長は国土交通省の「観光カリスマ」に認定。
白鷺湯たわらや	石川県加賀市	1190~98年 (建久年間)	平安~鎌倉時代に再興された石川県・山中温泉で「白鷺湯 たわらや」を経営。

■戦争被害の多寡が、老舗の存続に影響

創業または設立が100年以上の企業1万9,273社をその本社所在地別に見ると、表2のような分布になる。また、企業概要データベース「COSMOS2 (C2)」の収録企業数（非営利法人を除く）から算出した**老舗企業率**（COSMOS2に占める老舗企業の割合）も同表のとおりである。

最も老舗の数が多いのは**東京都**（1,646社）だが、企業の数自体が多く、新設企業も多いために、老舗企業率は0.96%と平均の1.63%より低くなった。

老舗企業が多い府県は、**京都府**（3.54%）、**島根県**（3.48%）、**新潟県**（3.36%）、**山形県**（3.17%）、**滋賀県**（3.13%）、**福井県**（3.09%）などである。これらの地域では、企業100社のうち3社以上が100年以上の歴史を持つ計算となる。

圧倒的トップの京都府は、平安時代から都市として機能していただけでなく、第二次世界大戦による空襲被害が比較的少なかったことや、伝統工芸などの文化を守り育てる土壤があることも老舗の存続にプラスに働いている。2位の島根県と4位の山形県も、第二次正解大戦の空襲被害が比較的少なかった地域だ。

3位の新潟県は、古くから清酒造りが盛んだったことと、金物製造や繊維産業が地場産業として定着していること、さらに北前船の寄港地だったことで、老舗企業率が高いと考えられる。

一方、老舗企業が最も少ないのは沖縄県で、創業または設立100年以上の老舗は9社にすぎない。この要因は、第二次世界大戦末期に、空襲と米軍の上陸戦によって壊滅的な人的・物的被害を受けたことである。沖縄県の老舗9社のうち、6社が泡盛の蔵元である。第二次世界大戦前に最盛期を迎えていた泡盛の生産は、戦争でほとんどの工場が破壊されただけでなく、戦後は原料となる米の枯渇も余儀なくされたため、100年続く蔵元は6社のみとなった。

このように、老舗の存続は戦争被害の多寡によって左右される。言い換えれば、第二次世界大戦によって、多くの企業が失われたということだ。

表2:老舗が多いのは京都、島根、新潟

(単位:社)

都道府県名	老舗企業数	C2収録企業	老舗企業率
北海道	500	59,362	0.84%
青森	184	13,772	1.34%
岩手	253	11,915	2.12%
宮城	349	20,016	1.74%
秋田	242	10,311	2.35%
山形	405	12,760	3.17%
福島	475	18,642	2.55%
茨城	444	22,502	1.97%
栃木	317	17,464	1.82%
群馬	305	20,842	1.46%
埼玉	558	50,546	1.10%
千葉	493	39,150	1.26%
東京	1,646	171,440	0.96%
神奈川	551	60,492	0.91%
新潟	925	27,498	3.36%
富山	333	12,645	2.63%
石川	325	13,117	2.48%
福井	371	11,999	3.09%
山梨	212	11,534	1.84%
長野	622	21,966	2.83%
岐阜	373	19,619	1.90%
静岡	661	36,680	1.80%
愛知	957	64,122	1.49%
三重	475	16,200	2.93%
滋賀	352	11,237	3.13%
京都	876	24,744	3.54%
大阪	959	81,057	1.18%
兵庫	697	40,884	1.70%
奈良	250	10,429	2.40%
和歌山	226	10,710	2.11%
鳥取	148	6,247	2.37%
島根	268	7,700	3.48%
岡山	427	19,138	2.23%
広島	466	29,868	1.56%
山口	249	13,178	1.89%
徳島	178	7,852	2.27%
香川	246	10,786	2.28%
愛媛	252	13,814	1.82%
高知	137	8,006	1.71%
福岡	465	42,047	1.11%
佐賀	195	9,082	2.15%
長崎	231	11,592	1.99%
熊本	270	14,142	1.91%
大分	184	12,484	1.47%
宮崎	101	11,919	0.85%
鹿児島	111	12,889	0.86%
沖縄	9	11,509	0.08%
合計	19,273	1,185,908	1.63%

注: COSMOS2収録企業数は、非営利法人を除く

■アンケートに見る「長寿企業」

老舗企業が幾多の困難を乗り越えて、今日まで事業を継続してきた企業の共通項は何なのか。

帝国データバンク史料館は2008年3月、帝国データバンクの企業概要データベース「COSMOS2」から、明治45年(1912年)までに創業した企業を対象にアンケート調査を実施した。調査結果から、老舗特有の強み、老舗ゆえの弱み、重視している項目など、老舗企業の実態に迫る。

◆「老舗」に関するアンケート概要◆

【調査対象】	4,000社
【調査期間】	2008年3月24日から4月10日
【調査方式】	調査票郵送による回答選択・記入式
【調査票回収数】	814社(回収率20.4%)
【企業属性】	地域

(単位:件、%)

地域	送付件数	回答件数	構成比
北海道・東北	439	92	11.3
関東	862	168	20.6
北陸・甲信越	602	122	15.0
東海	502	89	10.9
近畿	820	184	22.6
中国・四国	457	87	10.7
九州	318	72	8.8
合計	4,000	814	100.0

業種

(単位:件、%)

業種	送付件数	回答件数	構成比
農・林・漁・鉱業	28	5	0.6
建設業	250	46	5.7
製造業	1,357	320	39.3
卸売業	955	201	24.7
小売業	1,058	164	20.1
金融・保険	8	1	0.1
不動産	116	22	2.7
運輸・通信	30	7	0.9
サービス	198	48	5.9
合計	4,000	814	100.0

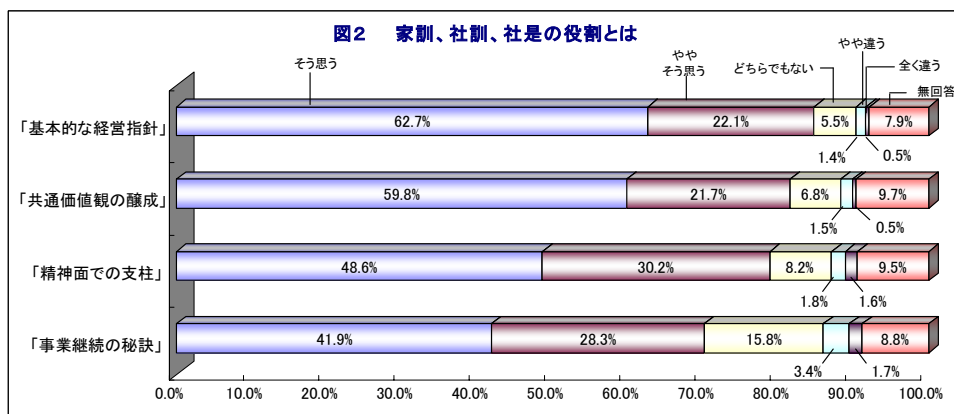
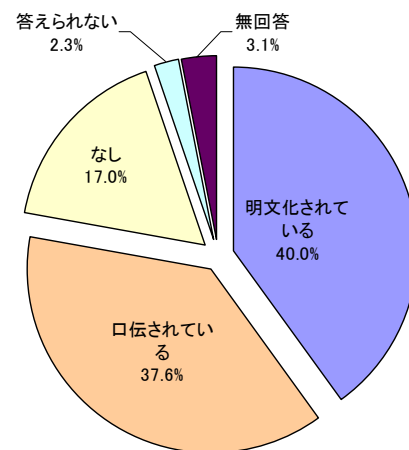
図1 家訓、社訓、社是について

■家訓、社訓、社是

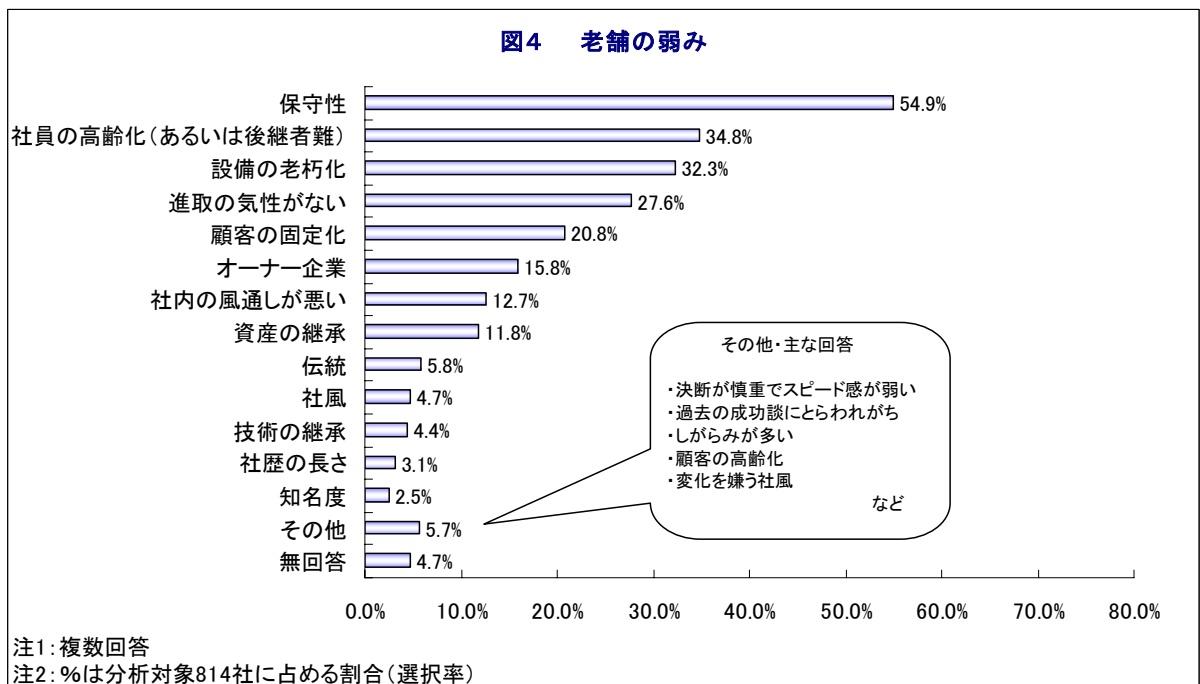
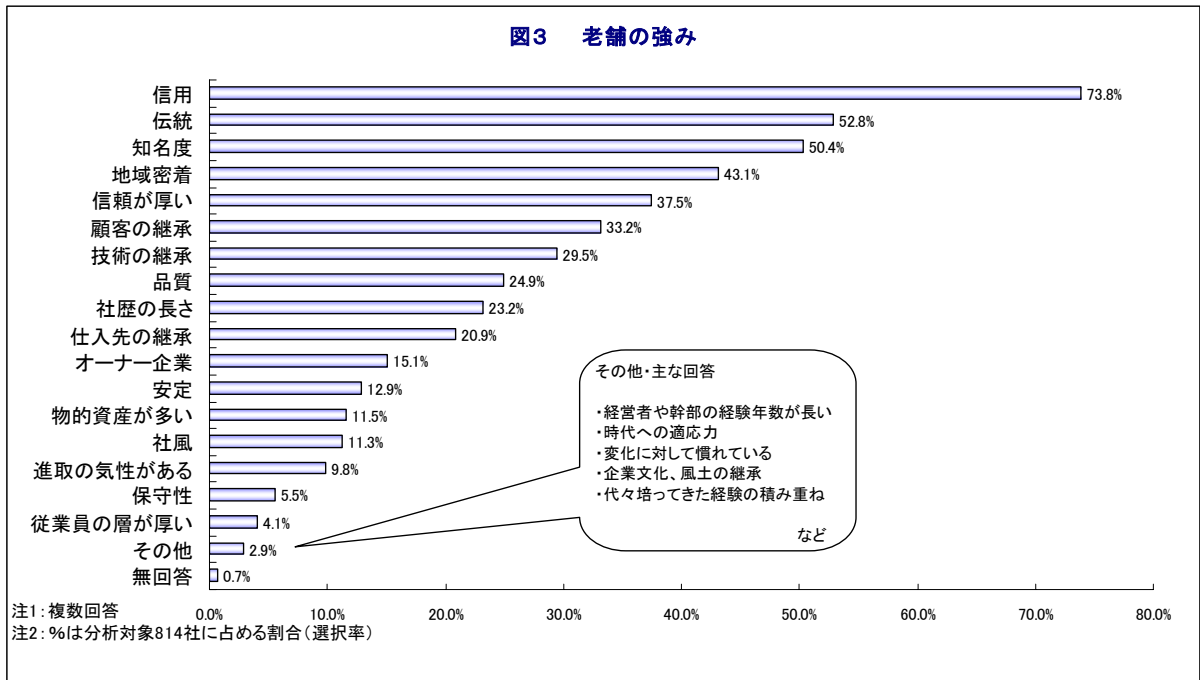
家訓、社訓、社是の有無を問う設問には、「明文化」もしくは「口伝されている」と回答した企業が4社に3社以上となる77.6%に上った(図1)。

家訓、社訓、社是の役割については、「**基本的な経営指針**」、「**共通価値観の醸成**」と考えている企業が多く、「**そう思う**」と「**ややそう思う**」を合わせると、ともに80%を超えた。

業歴の長い企業では、創業時の理念を経営指針として今日に伝える社風が根付いていると言えそうだ。



■強み・弱み



老舗の強みとしては、「信用」を選択した企業が73.8%となり、圧倒的な選択率であった。以下、「**伝統**」(52.8%)、「**知名度**」(50.4%)と続く(図3)。長年の業歴に裏打ちされた、無形の財産が老舗企業の強みと認識されていることがわかる。

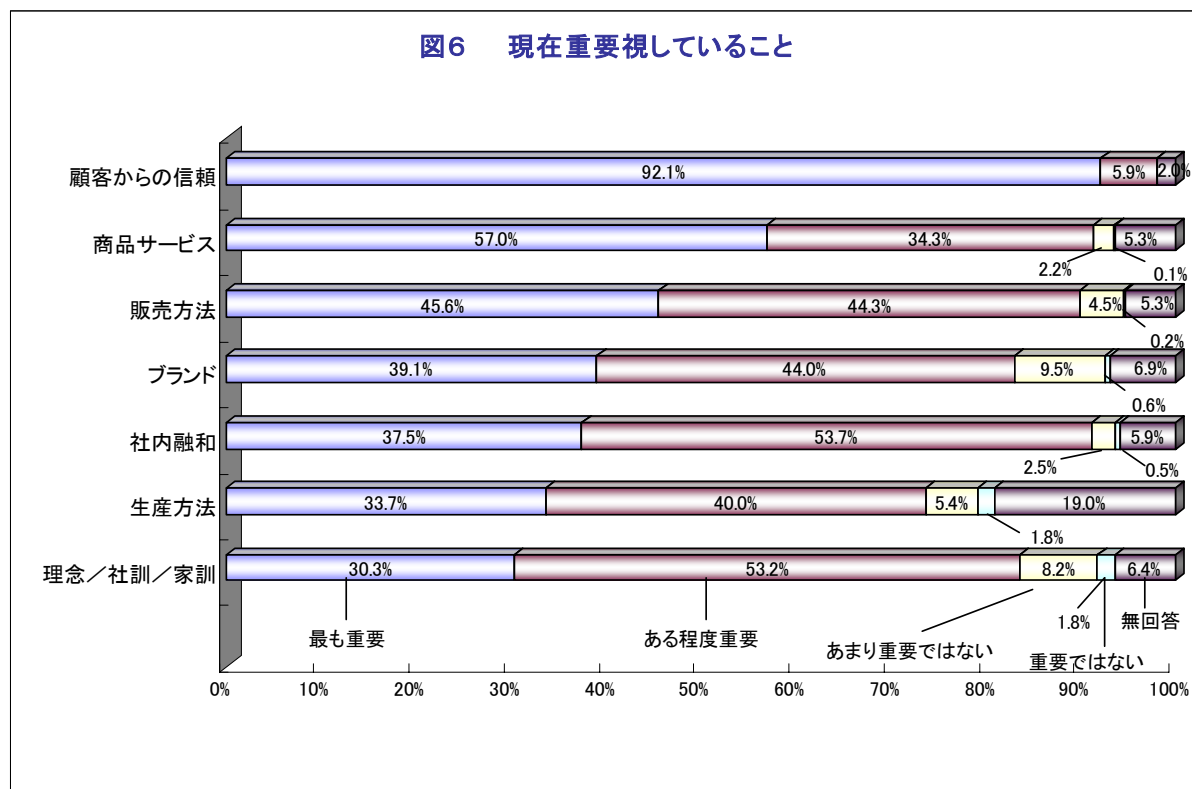
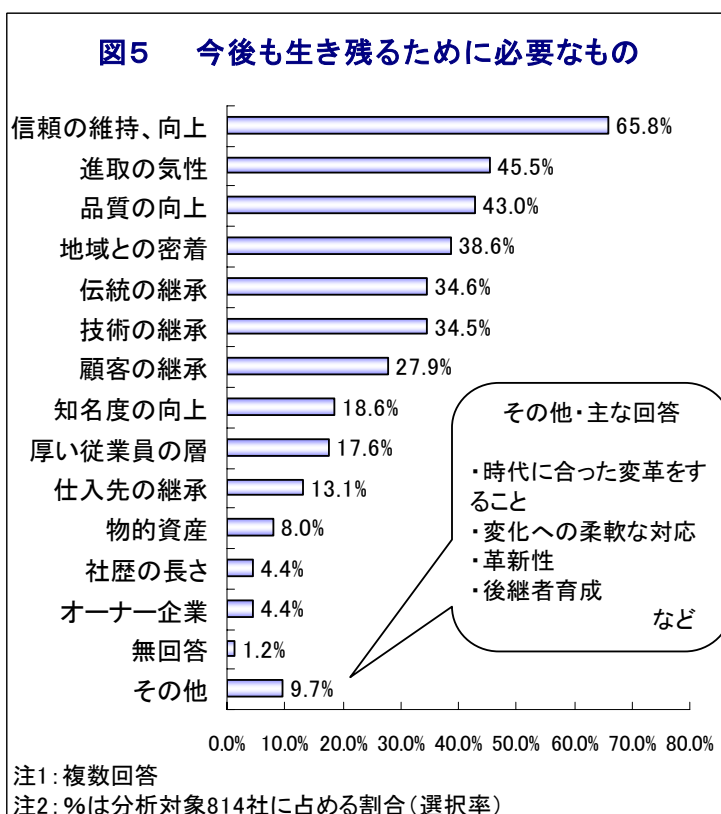
一方で、強みとしては5.5%の選択にとどまった「**保守性**」は、弱みとしては54.9%の選択率で、最多の選択となった(図4)。今日まで事業を継続してきた実績から、「今までの手法で今後も大過なく過ごせる」と考え、変化への対応が遅れてしまうことは、老舗企業の多くが抱える悩みと言えるだろう。

■老舗が生き残るために必要なもの、重要視していること

今後、老舗が生き残っていくために必要なものとしては、「**信頼の維持、向上**」が65.8%で最多の選択となった(図5)。今日までに築いてきた信頼を重んじる姿勢は鮮明で、重要視することでも「**顧客からの信頼**」が92.1%で最多の選択となった。

また、生き残るために必要なものとして、「**進取の気性**」が45.5%で「**信頼の維持、向上**」に続いた。変化を避け、保守性が強い傾向にある老舗企業にあっては、変化を続けなければ生き残れないという強い決意の表れとも受け取れる。

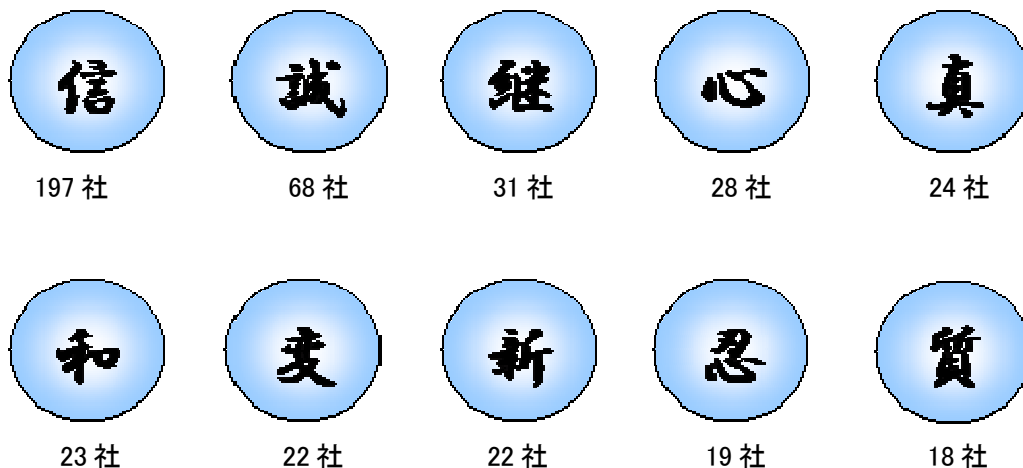
寄せられた意見のなかでは、「老舗に特有のことはない」といったものもあった。老舗企業が重視するものは、老舗だけではなく、あらゆる企業に通じる、企業存続の秘訣(ひけつ)と言えるだろう。



■老舗として重要視すべきことを漢字一文字で表現すると？

老舗企業として、重要視すべきことを漢字一文字で表現すると、信用、信頼の「信」が圧倒的な支持を集めて1位となった。誠実の「誠」が2位となり、以下、「継」「心」「真」と続く。

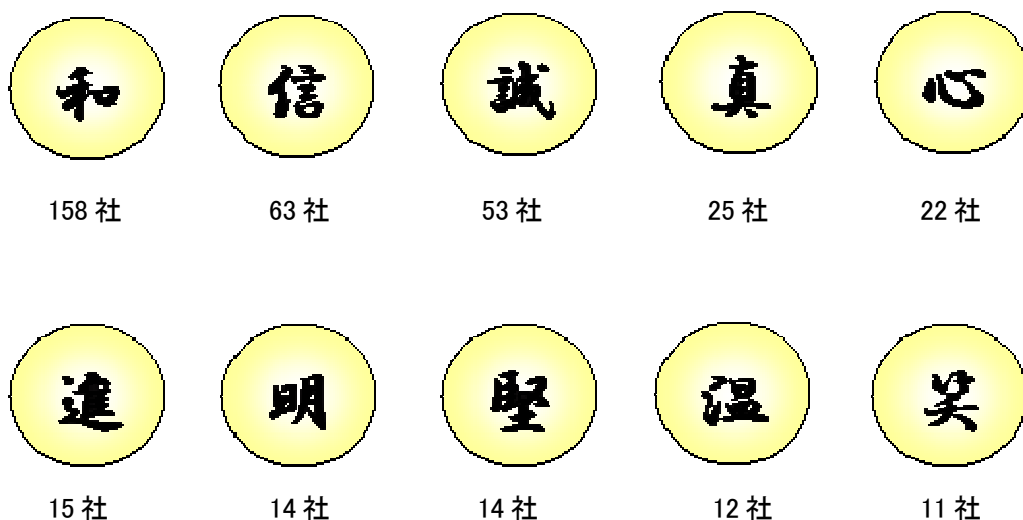
顧客や関係者との信頼関係を築くこと、そのためには心を込めた誠実な商いを行うこと、そして事業を次の世代へ引き継いでいくこと …アンケート結果からはそんな老舗の思いが伝わる。



■社風を漢字一文字で表現すると？

自社の社風を漢字で表すと …この設問では、「重要視すべきこと」でも上位だった「信」「誠」「真」「心」などの漢字を抑えて、「和」が最多の回答となった。顧客、地域社会、社員など、さまざまな関係者との融和・調和を心がけている姿が浮かんでくる。

そのほか、「重要視すべきこと」で上位だった回答に比べ、「明」「温」「笑」などの暖かみを感じさせる漢字が並んだのが印象的である。



特集 伸びる老舗、変わる老舗

1. 老舗概論～温故知新
2. アンケートに観る「長寿企業」
3. 老舗企業が多い業種の特徴とは？
4. 変わる老舗、新しい老舗
 - いりやまと（新潟市中央区）
 - 遠藤工業（新潟県燕市）
 - カネダ（東京都台東区）
 - カミネ（神戸市中央区）
 - 桔梗屋（山梨県笛吹市）
 - ノリタケカンパニーリミテド（名古屋市西区）
 - 藤井産業（栃木県宇都宮市）
 - ヤシマ工業（東京都杉並区）
 - ヤマサ醤油（千葉県銚子市）
5. 再生する老舗
6. 老舗の事業転換のきっかけを探る
7. 老舗の財務を分析する
8. 老舗の「家訓・社是・社訓」を分析する
9. 業歴に潜む倒産リスク
10. 「伸びる老舗」リスト

連載 中小企業のためのIT化入門
ケースに学ぶ事業承継
人事・労務管理のヒント **NEW**
ここが県のナンバーワン！
フォーカス！産業集積地 **NEW**
赤津雅彦の「賃金システム診断」
景気を読み解く
日本経済展望 **NEW**

データ

レビュー・プレビュー
TDB 経済統計
主な企業の合併・商号変更・上場一覧